



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta dimiliki IBI KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sejak dulu trend skuter matik sudah ada bahkan hingga saat ini dan penggunaannya semakin menjamur dengan adanya perubahan pada selera masyarakat dan didukung oleh type dan varian yang produsen keluarkan, bahkan kini telah menjadi peluang bisnis yang besar di pasaran otomotif. Hal ini memberikan kesempatan bagi para pelaku ekonomi sebagai peluang untuk memperluas pasar yang telah diperoleh terutama dalam persaingan bisnis antar produsen nglobal ternama. Persaingan yang semakin ketat dapat dilihat dari banyaknya varian serta nilai ekonomis yang tinggi menjadikan sebuah persaingan di antara para produsen industri otomotif.

Persaingan bisnis industri otomotif di dominasi produk sepeda motor berasal dari italia dan jepang yang memasuki pasar Indonesia. Untuk menarik pangsa pasar di Indonesia industri otomotif terutama sepeda motor memproduksi bermacam-macam produk dengan keunggulan masing-masing serta bervariasinya model dan fitur yang ditawarkan yang menunjukkan kecanggihan teknologi dari setiap sepeda motor tersebut. Jika dahulu industri otomotif ramai didukung oleh sepeda motor bebek namun saat ini berbeda, pangsa pasar lebih menyukai kendaraan roda dua bermesin matik atau yang sering disebut scoter matik Hal itu didukung juga dengan data statisitk pada media masa berita otomotif pada internet.

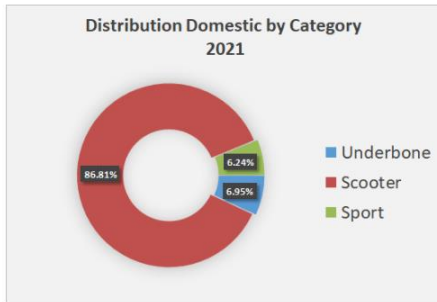
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1. 1**  
**Distribution domestic data statistic**



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Category	Unit	%
Underbone	133,481	6.95%
Scooter	1,666,889	86.81%
Sport	119,719	6.24%
<b>Total Domestic</b>	<b>1,920,089</b>	<b>100%</b>

S

Sumber : Data Kemenprin, By AISI

Berdasar pada gambar 1.1 data AISI (Assosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) dapat dilihat dari data statistic Distribusi domestic diungguli oleh skuter, yang dimana unggul pada 86.81% dibanding kategori otomotif lainnya. Dilihat dari data statistic tersebut produk skuter lebih banyak diminati, produsen membagi beberapa segmentasi pasar pada produksi skuter matik yaitu entry level dan skuter menengah. Bagi kalangan tertentu skuter level menengah menjadi pilihan kemungkinan dipengaruhi oleh kepuasan dan gaya hidup yang menjadi beberapa faktor penentu dalam pembelian.

Perubahan Modernitas membuat para produsen sepeda motor harus tahu akan kebutuhan dan harapan masyarakat untuk mendapatkan suatu produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat yang tinggi. Persaingan bisnis yang semakin pesat sekarang ini mengakibatkan merek-merek baru bermunculan dan berusaha merebut pasar merek-merek yang sudah ada terlebih dahulu. Oleh karena itu perusahaan harus bisa menjaga kualitas pelayanan guna meraih citra untuk perusahaan itu sendiri untuk bersaing dengan para pesaingnya. Dalam hal ini para konsumen tidak terpaku akan citra perusahaan tersebut, melainkan ada faktor yang menentukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

terbentuknya citra perusahaan yaitu kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mampu tercipta suatu kepuasan pelanggan, gaya hidup masyarakat yang dinamis pula merubah pola perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan.

Hal yang menarik dari persaingan pasar ini menjadi topik yang ingin penulis teliti pada perusahaan PT. Piaggio Indonesia yang juga memproduksi skuter level menengah, matic premium di kalangnya yaitu vespa piaggio. Dengan pilihan Sprint dan Primavera. produsen menjadikan hal ini sebagai peluang dan kesempatan untuk bisnisnya berkembang di negara Indonesia. Hal tersebut menjadikan pertumbuhan ekonomi yang semakin naik, Banyaknya permintaan pasar membuat PT Piaggio Indonesia memperluas jangkauanya untuk membuka dealer resmi di beberapa tempat maupun kota. PT. Anugerah Sinergi Pratama sebagai Authorized Main Distributor Dealer menjual produk dari PT. Piaggio Indonesia Group sejak tahun 2014. Piaggio sebagai salah satu perusahaan produk sepeda motor terbesar di Italia menjadikan Indonesia sebagai negara kedua terbesar setelah India sebagai pengguna dari produk kendaraan bermotor dari merek Piaggio. Vespa Piaggio saat ini menjadi trendsetter vespa matic yang sedang Hype apalagi di kalangan jiwa muda. Vespa Piaggio merupakan produk yang berasal dari Italia, di era globalisasi persaingan bisnis yang semakin maju dan terus meningkat. Di era milenial saat ini vespa piaggio semakin banyak di minati menjadi primadona, khususnya untuk sebagian orang yang memiliki gaya hidup tinggi seperti itu mengidamkan produk ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1. 2**  
**Vespa Sprint & Vespa Primavera**

TYPE	GAMBAR
Vespa Primavera Rentang harga Rp 45,5 - Rp 48 Juta di Indonesia	
	
Vespa Sprint Rentang harga Rp 48,3 - Rp 50,8 Juta Juta di Indonesia	
	

Sumber: Oto.com

Pada Gambar 1.2 merupakan penampakan dari Vespa Primavera dan Vespa Sprint, yang menjadi primadona para segmentasi pasar skuter kelas menengah, Vespa Piaggio menonjolkan sisi kenyamanan berkendara masyarakat urban skutik. Piaggio selalu mengeluarkan produk yang inovatif dan stylish sehingga banyak kalangan yang menyukai produk Piaggio dari anak muda hingga kaum dewasa begitu antusias terhadap pabrik motor asal Italy tersebut. Selain menawarkan produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut juga berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Pelayanan yang diberikan melalui PT. Anugerah Sinergi Pratama berupa jasa penggantian oli gratis dan harga 10 persen untuk jasa servis serta pemeliharaan rutin. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

suatu perusahaan, akan menciptakan citra atau image yang baik dimata para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan kembali lagi serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menservice piaggio di tempat tersebut.

Pelayanan yang cukup berkembang dengan di berikannya layanan Picku-Up service dan pelayanan utamanya 3S (Sales, Service, Spare Parts) yang di berikan oleh Piaggio Indonesia apakah berpengaruh baik terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kepuasan dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan Vespa Piaggio di DKI Jakarta”. Dimana peneliti ingin mengetahui apakah pelayanan dan kualitas yang telah di berikan perusahaan sudah bekerja dengan baik sehingga memberi dampak loyalitas terhadap pelanggan Vespa piaggio di DKI Jakarta dengan batasan Kepuasan Pelanggan dan Gaya Hidup.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah vespa Piaggio sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat
2. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kepuasan pelanggan dan gaya hidup pelanggan, apakah hal tersebut mempengaruhi loyalitas pada pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Apa saja faktor kepuasan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang panjang
4. Apakah faktor gaya hidup yang paling mempengaruhi pelanggan terhadap mempertahankan nilai loyalitas pelanggan

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, Batasan yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Vespa Piaggio ?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan Vespa Piaggio?

**D. Batasan Penelitian**

Karena keterbatasan waktu, biaya serta kemampuan maka penelitian ini dibatasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Objek penelitian penulis adalah pelanggan vespa piaggio di DKI Jakarta
2. Subjek penelitian adalah Pengguna vespa piaggio di DKI Jakarta
3. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dalam kurun waktu kurang dari sebulan pada bulan Maret 2021
4. Penelitian ini dibatasi pada 2 variable bebas yaitu kepuasan pelanggan dan gaya hidup
5. Penelitian ini fokus kepada pengembangan variabel terkait diantaranya kepuasan pelanggan dan gaya hidup yang mempengaruhi loyalitas pelanggan vespa piaggio di DKI Jakarta



6. Responden 100 Orang pelanggan vespa piaggio di Dki Jakarta

### **C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dari batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya Persaingan dalam Industri otomotif dengan harga dan kualitas yang lebih ekonomis mampu membuat perubahan perilaku konsumen, maka dari itu perlu di telusuri apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?
2. Keinginan Masyarakat akan pemuasan Kebutuhan dan kualitas yang sebanding dengan harga menjadi bagian dari gaya hidup pelanggan, apakah gaya hidup pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan ?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan vespa piaggio di DKI Jakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan vespa piaggio di DKI Jakarta

### **G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan manfaat praktik bagi praktisi bisnis ritel otomotif dan akademik. Adapun manfaat penelitian adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### **E.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Bagi praktisi bisnis ritel otomotif

Hasil penelitian ini dapat diaplikasikan oleh pelaku usaha dalam bisnis ritel otomotif terutama dalam menaikkan sales penjualan dan minat konsumen yang dilihat dari penentuan target konsumen yang akan membeli produk

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya ilmu pengetahuan menjadi bahan referensi dan acuan dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.